

دریچه

بیمه‌های درمانی وهفت‌خان تأیید داروها ونسخه‌ها

● شبنم راعی؛ در تاریخ ۲۲ تیر ۱۳۹۲ خبری انتشار یافت مبنی بر «پوشش بیمه‌ای کامل برای بیماران صعب‌العلاج و سرطانی» که سبب شادمانی بیماران، خانواده‌هایشان و جامعه پزشکی کشور شد. این خبر یکی از بزرگ‌ترین دستاوردهای دولت‌حاضر به شمار می‌رود. به‌تازگی در راستای همین خبر؛ هیأت دولت در جلسه‌ای به ریاست حجت‌الاسلام والمسلمین دکتر حسن روحانی، رئیس‌جمهوری، در تاریخ ۱۵ فروردین ۱۳۹۵، تصمیمات شصت‌ودومین جلسه شورای‌عالی بیمه خدمات درمانی کشور را بررسی و تصویب کرد؛ مصوبه‌ای که در چهارچوب آن، ۵۳ قلم داروی مورد نیاز بیماران خاص و سرطانی تحت پوشش بیمه پایه قرار می‌گیرد. متن مصوبه هیأت وزیران به شرح زیر است: ۵۳ قلم داروی مصرفی بیماران خاص و سرطانی مندرج در جدول پیوست که تأییدشده به مهر دفتر هیأت دولت است به فهرست داروهای موضوع تصویب‌نامه شماره ۱۴۱۱۶/۲۴۰۵۲-هـ مورخ ۹۱/۲/۱۲ اضافه می‌شوند.
براساس آن مصوبه داروهای بیماران خاص، صعب‌العلاج و سرطانی، مشمول پوشش بیمه‌ای ۹۰ درصد می‌شوند. مصوبه‌های فوق، قدمی ارزشمند است در راستای تسهیل در دریافت دارو برای بیماران و خانواده‌هایشان که درشان تنها ناشی از بیماری نیست و جز جبر درد، هزینه‌های هنگفت دارو و درمان و صرف زمان برای یافتن دارو را نیز متقبل می‌شوند. تا وقتی مخاطب این‌گونه خبرهای ارزشمند باشیم، اوضاع به ظاهر آرام و بسیار خوب است، اما نباید آن روزی که ما نیز یکی از همین بیماران یا اعضای خانواده آنها باشیم. حال همه چیز متفاوت است. به‌عنوان یکی از اعضای خسانواده مدام پله‌های ساختمان‌های مختلف بیمه را بالا و پایین بروید تا بتوانید تأییدیه داروهای بیمارتان را بگیرید. با توجه به خبرهای فوق و اینکه نام ایران در فهرست تحریم‌دارو قرار ندارد و دولت در تلاش است تا واردات دارو به اندازه نیاز جامعه بیماران خاص کشور انجام شود، انتظار می‌رود با مراجعه به مراکز بیمه و داروخانه‌های مخصوص بیماری‌های خاص، بتوانیم نیاز بیماران را رفع کرده و روزهای آرامی را در کنارش بگذرانیم و تنها درد بیماری را در کنارش تحمل کنیم. اما بی‌خبر از اینکه هر بار قدم‌گذاشتن به ساختمان بیمه دردی جانکاه را بر همراهان بیمار تحمیل می‌کند؛ روندی فرسایشی که هر ماه سخت‌تر از ماه قبل تکرار می‌شود و تالم ناشی از آن روند بی‌شعروی بیماری را تسریع کرده، عزیزمان را از ما می‌گیرد. مثل این است که کارمندان بیمه در بی‌خبری از مصوبه‌های هیأت دولت به سر می‌برند. برای هر ماه تأیید داروهای مربوط به شیمی‌درمانی بیماران سرطانی؛ باوجود تسلیم مدارک و پرونده پزشکی و دستور دارویی پزشک از تأیید کامل تعداد داروها و روند درمان؛ به عنوان مختلف سر باز زده و با پیگیری‌های مداوم فقط نیمی از داروها را تأیید می‌کنند. ادامه روند فرسایشی این‌گونه است که پیشنهاد می‌دهند نیمی دیگر از داروها در بازار آزاد تهیه کرده و سپس فاکتور پرداختی را تسلیم بیمه کنید تا شاید پس از بررسی در زمانی نامشخص) دو یا سه ماه بعد (۷۰درصد از مبلغ پرداختنی به بیمار بازگردانده شود. البته در هیچ‌یک از مصوبه‌های به بیمار درج نشده و تمام داروهای مربوط به شیمی‌درمانی بیماران سرطانی در فهرست پوشش بیمه‌ای کامل و ۹۰درصد ثبت شده‌اند. این پیشنهاد ازسوی مسئولان بلندپایه بیمه‌های درمانی در حالی ارائه می‌شود که تهیه این داروها هزینه‌های هنگفتی را به این بیماران و خانواده‌هایشان تحمیل می‌کند.

محمد خادمی؛ تبلیغات یکی از مهم‌ترین روش‌ها برای رونق دادن به کسب‌وکار است؛ به همین منظور شرکت‌های خدماتی همواره برای به‌دست‌آوردن مشتری اقدام به تبلیغات گوناگون در سطح شهر می‌کنند؛ لوله‌بازکن‌ها و تخلیه‌چاه‌ها یکی از این شرکت‌های خدماتی هستند. آنها در و دیوار و نمای بیرونی خانه‌ها را بهترین جا برای تبلیغات شهری می‌دانند و برای تبلیغات از برچسب‌های کوچک استفاده می‌کنند و هر کجا دلشان بخواهد آنها را نصب می‌کنند؛ از کنار آیفون، در و دیوار ساختمان‌ها تا روی لوله‌های گاز و پلاک‌های خانه این تبلیغات مشاهده می‌شود.

اما این اقدام شرکت‌های لوله‌بازکنی و تخلیه‌چاه برای ارائه خدمات‌شان نازیایی شهری در بنای ساختمان‌ها را به دنبال آورده است و شهروندان باید با کارکرد به جان این برچسب‌های کوچک رنگی بیفتند؛ در این گزارش بیشتر به این معضل پرداخته‌ایم که در ادامه می‌خوانید:

زندگی در کنار برچسب‌ها

مدیر یک مجتمع مسکونی در خیابان پهنام در منطقه پنجم تهران دراین‌باره می‌گوید: بیشتر تبلیغات برچسب‌ها متعلق به شرکت‌های لوله‌بازکنی و تخلیه‌چاه است و هر از گاهی به اتفاق همسایگان اقدام به پاک‌سازی در و دیوار مجتمع می‌کنیم اما مجدداً برچسب‌های جدید جایگزین می‌شود؛ آن‌طور که ما نظارت می‌کنیم هر دو هفته یک بار، چند شرکت اقدام به نصب این برچسب‌ها می‌کنند و برای نصابان این برچسب‌ها مهم نیست که به روی دیوار برچسب وجود دارد یا نه هدف آنها نصب مجدد برچسب‌هاست». او تصریح می‌کند: «به قدری این برچسب‌ها قدرت چسباندگی دارند که به همین راحتی نمی‌شود با دست یا تیغ، آنها را پاک کرد و در هنگام پاک‌سازی با کارکرد به در و دیوار آسیب وارد می‌شود». روی یک ساختمان در بلوار دهکده المپیک نوشته شده «نصب هرگونه تبلیغات، پیگرد قانونی دارد». علت این نوشته را از مالک این ساختمان جویا شدیم، او می‌گوید: «به قدری از نصب این برچسب‌ها خسته شدم که تصمیم گرفتم تا این نوشته را روی دیوار محل سکونتم نصب کنم تا دیگر شاهد نصب نادرست تبلیغات روی دیوار خانم‌م نباشم». آقای یوسفی ادامه می‌دهد: «از زمانی که این نوشته را نصب کرده‌ام کمتر تبلیغات صورت می‌گیرد و تنها چند شرکت هستند که به این نوشته توجهی نمی‌کنند». امیر یکی دیگر از ساکنان تهران است. او دراین‌باره می‌گوید: «بدرم یک کارکرد بالای در حیاط خانه‌مان گذاشته است تا به محض اینکه این برچسب‌ها نصب شد آنها را پاک کند».

تبلیغات سنتی

با شماره‌ای که روی یکی از این برچسب‌های تبلیغاتی است تماس می‌گیریم و از فردی که گوشی را برداشته است علت این روش تبلیغات را جویا می‌شویم. او در ابتدا منکر این روش تبلیغات می‌شود، بعد از اینکه مطمئن می‌شود خبرنگار هستیم، می‌گوید: «این افراد که وارد این شغل می‌شوند توان هزینه‌های بالا برای تبلیغات به شکل روزنامه و بلیورد شهری را ندارند؛ در ضمن این نوع تبلیغات از سالیان دور در این صنف رواج داشته است به‌طوری‌که به محض اینکه شهروندان نیازی به تخلیه‌چاه و لوله‌بازکن داشته باشند به دم در خانه‌هایشان می‌آیند تا شماره تماس ما را به دست آورند. بگذارید براینات این‌طور مطرح کنم که گرفتنی چاه به شکل ناگهانی صورت می‌گیرد و شهروندان تمایل دارند هرچه زودتر این مشکل‌شان برطرف شود به‌همین‌دلیل همواره باید شماره تماس

این شرکت‌های خدماتی در مقابل دیدگان شهروندان قرار داشته باشد».

او ادامه می‌دهد: «انصاف نیست که با تبلیغات شرکت‌های خدماتی برخورد کنند؛ چراکه بسیاری از افراد جامعه از خدماتی که ما به آنها ارائه می‌دهیم راضی هستند؛ ازسوی‌دیگر خدمات ما به شکل شبانه‌روزی است و همکارانم در هر زمان از شبانه‌روز اقدام به تخلیه و بازکردن چاه فاضلاب خانه‌ها می‌کنند».

شهرداری باید برخورد کند

«احمد حکیم‌پور»، عضو شورای شهر تهران دراین‌باره می‌گوید: «نصب تبلیغات روی در و دیوار ساختمان‌های شهر خلاف قانون است و در دوره دوم شورای شهر مصوب شد که شهرداری با این آشفتگی که از سوی متخلفان در شهر صورت می‌گیرد برخورد کند». وی می‌افزاید: «دراین‌باره سازمان راحتی نمی‌شود با دست یا تیغ، آنها را پاک کرد و در دیوار ساختمان‌ها می‌کند و اداره حقوقی شهرداری نیز از طریق مراجع قانونی با این متخلفان برخورد می‌کند و باید متخلفان جریمه‌های بابت این اقدام‌شان پرداخت کنند».او ادامه می‌دهد: «در یک دوره زمانی شهرداری به شکل مناسبی اقدام به پاک‌سازی و برخورد با این متخلفان را

انجام می‌داد اما مجدداً شاهد ظهور این برچسب‌ها در مقابل در و دیوار ساختمان‌های شهر هستیم». به گفته حکیمپور پدیده نصب برچسب در تهران باید در سالیان گذشته از بین می‌رفت.

همکاری همه دستگاه‌ها را می‌طلبد

بیش از ۹۰ درصد برچسب‌هایی که روی در و دیوار ساختمان‌ها نصب می‌شود، متعلق به شرکت‌های لوله‌بازکنی و تخلیه‌چاه فاضلاب است، به‌همین‌منظور به سراغ «بیزن عطارود»، رئیس اتحادیه تاسیسات مکانیک ساختمانی رفته‌ایم. او دراین‌باره می‌گوید: «هیچ‌یک از همکارانم که مجوز و پروانه اشتغال در صنف لوله و چاه‌بازکن دارند، اقدام به نصب برچسب روی در و دیوار ساختمان‌های شهر نمی‌کنند و تنها افرادی که به شکل غیرقانونی در این صنف فعالیت دارند، اقدام به این کار نادرست می‌کنند».

او البته پیشنهاد می‌دهد: «در صورت همکاری

جامعه

گزارش «شرق» از برچسب‌های تبلیغاتی تخلیه فاضلاب روی در و دیوار ساختمان‌ها

رنگین کمان زشت



اداره اماکن، مخابرات و شهرداری تهران با اتحادیه شاهد ازبین‌رفتن این پدیده نازیای شهری خواهیم بود، به‌طوری‌که شرکت مخابرات تلفن این شرکت‌های متخلف را قطع کند و اداره اماکن و شهرداری محیط کاری این شرکت‌های متخلف را پلمب کنند».

رئیس اتحادیه تاسیسات مکانیکی ساختمان پاسخ به سؤال «شرق» درباره اینکه آیا می‌توان گفت یکی از دلایلی که این شرکت‌ها اقدام به نصب این برچسب‌ها روی درودیوار شهر می‌کنند، در دسترس نبودن خدمات لوله‌بازکنی در محلات شهر است؟ پاسخ می‌دهد: «بسیاری از شرکت‌ها سایت اینترنتی دارند و شهروندان می‌توانند با مراجعه به این سایت‌ها از خدمات این شرکت‌ها استفاده کنند، همچنین می‌توانند با شماره ۱۱۸ تماس بگیرند و شماره شرکت‌های ثبت‌شده را دریافت کنند، همچنین می‌توانند به سایت اتحادیه مراجعه کنند و از خدمات شرکت‌های معتبر بهره‌مند شوند».

او یک گایه‌ای هم از صداوسیما می‌کند و می‌گوید: «معضل نصب برچسب‌ها در بسیاری از کلان‌شهرهای کشور وجود دارد و صداوسیما باید وارد عمل شود و آموزش‌هایی را به شهروندان، دهد تا از خدمات این شرکت‌های متخلف بهره‌مند

نشوند، نه‌اینکه از اتحادیه برای ساخت یک برنامه فرهنگی -آموزشی طلب پول کنند».

شهرداری باید محیطی مناسب برای تبلیغات محلی راه‌اندازی کند

موضوع نصب برچسب‌ها را از یک کارشناس بازرگانی بیکبری کرده‌ایم «لایلا شیخ‌پور» در این‌باره می‌گوید: «شهرداری باید مکان‌هایی را برای نصب برچسب‌های تبلیغاتی در هر محله‌ای از شهر راه‌اندازی کند تا عموم افراد بتوانند بدون هزینه آن استفاده کنند و چهره شهر نیز نازیبا نشود». او در پاسخ به سؤال «شرق» درباره اینکه در سایر شهرهای بزرگ دنیا این پدیده وجود دارد و برای مقابله با آنچه راهکارهایی می‌اندیشند؟ پاسخ می‌دهد: «این پدیده در بعضی از شهرهای بزرگ کشورهای اروپایی هرازگاهی مشاهده می‌شود، اما نه به این شکلی که در تهران شاهد آن هستیم. قانونی که در بعضی از

کشورهای دیگر است به این شکل است، در صورتی که شرکت‌ها برای تبلیغات چهره شهر را نازیبا کنند آن‌وقت دستگاه‌های اجرایی با آنها برخورد می‌کنند و باید جریمه سنگینی را به خزانه دولت پرداخت و همچنین اقدام به پاک‌سازی محیط‌های موردنظر کنند. در شهرهای دیگر کشورها مردم از شرکت‌هایی که تخلف می‌کنند و به حقوق دیگران توجه ندارند، خدمات نمی‌گیرند به‌همین‌دلیل هیچ‌یک از شرکت‌ها تمایل ندارند تبلیغات غیرقانونی انجام دهند.

او در پایان صحبت‌هایش می‌افزاید: «به دلیل نبود قانون مناسب برای برخورد با تبلیغات غیرمجاز، تعدادی از شرکت‌های خدماتی اقدام به نصب تبلیغات غیرقانونی می‌کنند که جا دارد دستگاه قضائی شعبه تبلیغات غیرمجاز را در یکی از مجتمع‌های قضائی راه‌اندازی کند تا با خاطیان

برخورد قانونی صورت بگیرد».

این شیوه تبلیغات سال‌هاست که در تهران و دیگر شهرهای کشور مانند مشهد و زنجان و... برای این شرکت‌های تخلیه چاه و فاضلاب انجام می‌شود و تاکنون درباره آن نیز مطالب زیادی نوشته و گفته شده است، باین‌حال همچنان رایج‌ترین شیوه تبلیغاتی این کسب‌وکارهاست، این در حالی است که به گفته مسئولان سازمان زیباسازی، در سال ۱۳۹۰ تنها برای یک دوره پاک‌سازی ۱۲۳ ناحیه شهر تهران از برچسب‌های تبلیغاتی، بالغ بر یک میلیارد تومان هزینه شده است.

درهمین‌حال چندی پیش خبرآنلاین با مصطفی ترک‌همدانی، وکیل دادگستری و مشاور حقوقی قوه‌قضائیه، دراین باره گفت‌وگویی کرده و از او پرسید بود: «چطور می‌شود از تخریب‌کنندگان اموال خصوصی مانند شرکت‌هایی که تبلیغات برچسبی دارند، مطالبه خسارت کرد؟» که این وکیل دادگستری چنین پاسخی به این سؤال داد: «جنبه عمومی این جرم این است که اگر کسی به اموال عمومی و شهرداری‌ها آسیب بزند، باید جبران کند و در قانون نیز جرم‌انگاری دارد و مجازات آن پرداخت صدتومان جریمه است. ولی اینکه به چه نحوی بخواهند مطالبه خسارت کنند، مردم باید به طرفیت کسی که این عمل غیرقانونی را انجام داده، دادخواست تنظیم و تقدیم مرجع قضائی کنند و طرف مقابل احضار شود و با توجه به مستندات موجود و گزارش کارشناسی منی‌بر میزان صدمه و تخریب با ازبین‌رفتن در و دیوار یا هر شیء دیگری، مطالبه وجه کنند».

سودوکو سخت ۱۵۶۸

قانون‌های حل جدول سودوکو:

۱- در هر سطر و ستون باید اعداد یک تا ۹ نوشته شود. بدیهی است که هیچ عددی نباید تکرار شود.

۲- در هر مربع ۳×۳ اعداد یک تا ۹ باید نوشته شود و در نتیجه هیچ عددی نباید تکرار شود.

سودوکو ۱۵۶۸

سودوکو

سودوکو Sudoku یک واژه ترکیبی ژاپنی به معنای عده‌های بی‌تکرار است و امروزه به جدولی از اعداد گفته می‌شود که به عنوان یک سرگرمی رایج در نشریات کشورهای مختلف به چاپ می‌رسد.

یادداشت

رسانه بهترین ابزار دگرگونی ساختارهای تک جنسیتی

مونا عرفانیان*

● در مسیر شتابان توسعه، مرز عرصه عمومی و خصوصی در جامعه ما تغییر یافته و همچنان درحال تغییر است. این تغییر در مرزهای عرصه عمومی و خصوصی موجب افزایش مستمر حضور زنان در عرصه عمومی، تغییر نقش آنان در درون خانواده و اجتماع شده است؛ اما زمینه‌های قانونی و ساختارهای فیزیکی دربرگیرنده عرصه عمومی متناسب با این تغییر نقش، تغییرات لازم را نداشته است و این مسئله، چالش‌هایی را برای این گروه از جامعه فراهم کرده است. در شرایط کنونی، تغییر ساختارهای اجتماعی و کیفیت حضور زنان در عرصه عمومی، سبب شکل‌گیری و رشد یک نیروی اجتماعی نیرومند حاصل از خواسته‌های این بخش از جامعه شده است. این در حالی است که صورت‌های اجتماعی موجود در ایران به درستی توان و آمادگی پذیرش این نیروی اجتماعی قوی را ندارند. این تعارض باعث نبود امکان مشارکت و حضور برابر زنان در مقایسه با مردان در عرصه‌های عمومی می‌شود. از طرفی، رشد و توسعه ابزارهای ارتباطی و گسترش مفاهیم و شبکه‌های ارتباطی در روزگار معاصر موجب ارتقای میزان آگاهی زنان در جوامع مختلف شده است. این رخداد موجب شده زنان درک واقعی‌تری را نسبت به وجود نابرابری‌های جنسیتی داشته باشند و همین مسئله عامل ایجاد مطالبات متعالی‌تری از سوی آنان در مقیاس جامعه از طریق تغییر دیدگاه‌ها در هر دو جنس (مرد و زن) توجه شود. نبود یا کمبود احساس امنیت برای زنان در فضاهای عمومی، نبود یا کمبود ایمنی برای مادران در این فضاها، ازجمله عام‌ترین و بارزترین تجلی‌های این تعارضات است که همه سطوح اجتماعی را دربر می‌گیرد. نبود یا کمبود تسهیلات و خدمات برای زنان سرپرست خانوار برای برخورداری از خدمات عمومی و مسکن و... از دیگر نمودهای عینی این تعارضات است که گروه‌های خاص، ولی بزرگی از جامعه را شامل می‌شود. این تعارضات علاوه بر

نازل‌کردن کیفیت زندگی و احساس رضایت‌مندی در نیمی از پیکر اجتماع - که نقشی تعیین‌کننده در کیفیت و الگوی زندگی کل اجتماع ایفا می‌کنند- در نگاه کلان نیز ضعیفی بنیادی در مسیر توسعه کل کشور به شمار می‌رود که مانع از ارتقای شاخص‌ها و معیارهای رشد پایدار می‌شود.
مروری برگزشته و حال‌نشان می‌دهد که در رفع این تعارضات، سیاست‌گذاری، وضع قوانین و تدوین دستورالعمل‌ها در سطوح حاکمیتی و مدیریت شهرها به تنهایی چاره‌ساز نخواهد بود، لزوم برخورداری برابر از امکانات و خدمات عمومی در جامعه برای هر دو جنس واقعیتی بنیادین است که باید در باورهای عمومی جامعه به صورتی عمیق جای گیرد. شهر به‌عنوان بزرگ‌ترین عرصه حضور و نقش‌آفرینی مردمان یک جامعه باید به درهم‌ریزی ساختارهای مردانه خود تود داده و خود را برای حضور برابر زنان با ویژگی‌های فرهنگی و فیزیولوژیک خاص خود مهیا کند. برای چنین اتفاقی بیش از همه، تغییر در ساختارهای اجتماعی و برخی رویکردهای فرهنگی ضرورت می‌یابد که هر دو گروه جنسیتی مردان و زنان را شامل شود. تجربه نشان داده است که رسانه‌ها همواره در تغییر و دگرگون‌کردن ساختارهای اجتماعی نقش بسزایی داشته‌اند و بدون‌شک در عرصه ارتباطی کنونی تنوع دسترسی به اطلاعات و دانستی‌ها امکان تأثیرگذاری بر بخش‌های متنوعی از جوامع را فراهم می‌کنند.

✽ مشاور امور بانوان در وزارت راه‌وشهرسازی

۹		۳	۸		۷
۳		۵		۶	
	۸		۵	۷	۴
	۹	۳		۶	۱
۱		۴	۹	۲	
	۶		۸		۹
		۱		۲	
				۴	۲
			۳	۷	۵

۱		۲		۸	۴	۵
۴	۸		۳	۲		۹
		۸	۴	۱	۷	
۸	۲		۵	۱		۷
	۱	۳	۴	۵	۶	
۳	۶		۹	۷	۴	
		۶		۵		۷
۷		۳		۳	۶	۹
	۳	۱	۲			۵

۵	۲	۶	۱	۷	۴	۳	۸	۹
۲	۳	۱	۵	۷	۹	۴	۸	۶
۱	۴	۵	۶	۳	۲	۷	۹	۸
۳	۷	۴	۹	۸	۵	۲	۶	۱
۴	۵	۲	۳	۸	۱	۷	۹	۶
۷	۶	۳	۲	۷	۵	۱	۸	۴
۸	۹	۳	۶	۱	۵	۲	۴	۷
۳	۵	۸	۱	۲	۶	۴	۹	۷

۵	۲	۶	۱	۷	۴	۳	۸	۹
۲	۳	۱	۵	۷	۹	۴	۸	۶
۱	۴	۵	۶	۳	۲	۷	۹	۸
۳	۷	۴	۹	۸	۵	۲	۶	۱
۴	۵	۲	۳	۸	۱	۷	۹	۶
۷	۶	۳	۲	۷	۵	۱	۸	۴
۸	۹	۳	۶	۱	۵	۲	۴	۷
۳	۵	۸	۱	۲	۶	۴	۹	۷

جدول ۲۵۷۰

۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱
۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲
۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲	۳
۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲	۳	۴
۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲	۳	۴	۵
۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲	۳	۴	۵	۶
۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱
۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲
۱۴	۱۵	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳
۱۵	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴

جدول ۲۵۷۱ ■ طراح: ییزن گورانی

افقی:

۱- پیش‌غذای خوشمزه گیلانی- پزشک نامی

یونان باستان ۲- رسم و سنت- ترکیب طلا و نقره در

جیوه- روز عرب ۳- پیش‌شماره مخابراتی- افسرده

و عمیکن- سهل و ساده ۴- پایتخت نیجریه- معبود

یگانه- موجب شفا به لطف خدا ۵- از نام‌های

خاوند- اجازه انتشار روزنامه- هشتمین ماه سربانی

۶- نهر- حادثه ناگهانی- مقام و منزلت ۷- عاری

از میکروب‌های زنده- ضمیر سوم شخص جمع

۸- نوعی اتوبوس مسافربری- شیرینی سوغات یزد-

زبانی از خانواده هندوایرانی ۹- ریشخند- ایالتی

در آمریکا ۱۰- کرم چراغ‌دار- پیچیدگی- نهفتگی

۱۱- آزاد و رها- ژتون- توده عظیم یخ در نواحی

قطبی ۱۲- مسابقات ورزشی سراسری در یک رشته- از

ابزار حفاری- دارندۀ صفت‌های ناپسند ۱۳- بادها-

نماینده‌گی- از مصالح ساختمانی ۱۴- ببر هر درد بی

درمان دوا است- اثرگذار- لازم ۱۵- کمربند نظامی-

نام سابق دشت آزادگان.

عمودی:

۱- شیرینی سوغات کرمانشاه- الهه عشق

در اساطیر یونان- نویسنده روسی رمان دن آرام

۲- ایالتی در آمریکا- ورزشگاه مشهور انگلستان-

پیشوندی منفی ۳- قدم یکپا- پایتخت کشور

مجارستان- سر را به تنه متصل می‌کند ۴- دستگاه

اندازه‌گیری مقدار انرژی مصرف‌شده- از هفت قلم

آرایش قدیم بانوان- به یکباره ۵- ناپاک شرعی-

رمان مشهور دافنه دوموره ۶- آخرین حرف الفبای